



報 会

日 食 協

第 32 号 58. 7. 30 発行 日本加工食品卸協会 東京都中央区日本橋室町2丁目6番地(江戸ビル 4階)
〒103 電話 東京03 (241)6568・6569番

目

次

※※※※※※※※※※※※※※※※		※※※※※※※※※※※※※※※※
※	◇定時総会で58年度活動方針決める.....	2
※	◇理事会で小分け経費、割戻金問題を協議.....	5
※	商品委員会	6
※	◇割戻金標準化に関する提案	6
※	返品防止、小分け化、賞味期間などを検討.....	10
※	◇小分け代行費(案)を協議.....	11
※	運営委員会	11
※	◇共同配送の実験事業に協力.....	12
※	58年秋季フードウィークは中止.....	12
※	情報システム化委員会	12
※	◇「統一取引先コードに関する提案」を諮る.....	12
※	支部ニュース 各支部で定時総会を開催	14
※	(関東支部) 57年度の物流コスト調査を実施.....	16
※	第4回商品研修会を開催.....	17
※	伍詰ブランドオーナー会	18
※	伍詰の小分け推進等を協議.....	18
※	もも伍などで情報交換(果実部会).....	20
※	57年度みかん伍生産状況最終受検状況.....	21
※	◇「添加物の現況と動向」で勉強会(品質対策委員会).....	23
※	◇パイン部会で情報交換.....	24
※	パイナップル開伍研究会.....	27
※	もも開伍研究会.....	27
※	会員消息	28
※	賛助会員消息	29
※	関係団体報知	29
※	【流通政策研究所主催】問屋総合会議(セミナー)のご案内.....	30
※※※※※※※※※※※※※※※※		※※※※※※※※※※※※※※※※

卸業界の諸課題に前向きで対処

定時総会で58年度活動方針決める

昭和57年度の定時総会（会報第31号に全資料を特掲）は5月25日、午前中の理事会に引き続き午後1時から東京ステーションホテルにおいて開催し、①57年度事業報告②同決算報告③58年度事業計画④同会費の額及び賦課徴収方法⑤収支予算案⑥新規加入会員、退会々員に関する件⑦役員一部改選⑧その他につき審議し、全議案とも原案通り承認した。

卸業界をとりまく環境は厳しく企業努力のみでは克服し得ない問題が山積しており、58年度は実践力を発揮し、これらの諸課題に前向きで対処することになった。

なお、農林水産省より食品流通局商業課の課長補佐金谷紀彦氏が来席され挨拶があった。

國分会長のご挨拶；

「昨年、日食協の発足5周年記念行事を実施して大きく、第2のステップを踏み出すことを誓いましたが、それから丁度1年、業界にありましては厳しい1年間ではありましたが、団体としての日食協はますます団結力を強め、対内的にもまた対外的にも食品流通の要の存在として前向きの姿勢で卸業界の体質の強化、関連業界との協調等に努め団体機能を果して参りました。

種々問題が山積している中で、商品の小分け問題への対応はメーカーにとりましても、また卸業界におきましても重要課題の一つでありました。お蔭さまでこの問題もメーカー各社のご協力により予想以上の小分け化の進展が見られ卸業界の立場として感謝申し上げるところであります。

また、一昨年来、商品委員会が賛助会員世話人会のご同意のもとで取り組んで参りました割戻金に関する標準化問題も初期段階におけるまとめが

できました。

この二つの問題につきましてはのちほど商品の小分け問題は、食品取引改善委員会委員長より、また割戻金に関しましては商品委員長よりいままでの経過等につきご報告申しあげたいと存じますが、いずれの問題も今後ともメーカーのみなさま方と手をあい携えてまいらなければ成果を得ることができない問題であります。

行政関係におきましては加工食品卸業界が近促法の業種指定をうけ、すでに近代化計画策定のための調査も終わったところでありますが、日食協は窓口団体としての責務を果したいと存じます。

その他、加工食品卸売業機能整備対策調査の委託事業も58年度は第3年目の最終事業年度となりますが、卸業界の今後の重要課題でもありますのでしっかりした内容で締めくりたいと思います。

日食協の活動は7年目に入りますが、行政諸官庁のご指導を得ながら、また関係諸団体との協調

をより高めながら卸業界の発展に努力して参りたいと存じます。

本日は、多数の賛助会員のご出席を得て定時総会が開催されますことにつき深く感謝申し上げます」

【第1号議案】

事務局より「昭和57年度事業報告書」の主要部分を報告のあと、運営委員会の活動状況について國分道夫委員長より①近促法に基づく加工食品卸売業の業種指定のその後の経過②食品取引改善委員会の委員長の立場から量販店に納入する商品の小分け問題③返品問題等について報告がなされた。

小分け問題に関しては大要次ぎのような説明が委員長よりなされた。

國分委員長；「まだいろいろの事情により小分けが進まず、解決いただけない企業の方々もおられ、これらの企業については個々に事情をうけたまわりつつ、早期実現をお願いしているが、どうしても現在の荷姿を変えられないメーカーもなかにはあり、量販店との間に入り苦慮しているが、いますぐ実現の難しいメーカーには小分け協力の話し合いを進めているところである。しかし、現実的には止むを得ず卸の段階で小分けを代行させていただくこともしなければならない状況である。

従って当委員会では、そのような状況下において、小分けの費用をどのようなかたちで生産者の方々にもご負担ねがうかというようなことにつき検討を継続中である。

すでに対応いただいているの方々にはこれは関係ないことであるが、その事情をお伺いして見ると、作業効率面等から対応すべきであるが、時間がかかるという方々もあり、その点、私どもよく理解出来ることであるが、費用の負担について妥当な

算定基準等を考慮し、そういう事情におられる生産者の方々にはご相談申しあげることになると思う。

この取引改善委員会においてこの問題に関しては継続させることになるが、これから新しく取り組む問題として現在、みなさん大変お困りの返品問題について今後取り組ませていただこうと思っている。これについては当協会でも特に関東支部が、返品の実態について調査を行ない、その結果も集計されている状況である。今後それらは取引面でいろいろな事情が絡んでいるためにそれをどのように整理し、当事者である小売業界のみなさんと協調を図りつつ無駄を少しでも取り除くべく努力していかなければならないと考えている。

食品取引改善委員会はそのような問題につき現在行動しており、今後も活動していくつもりである。ただ日食協全体の姿勢でもあるが、私どもが考えていることは、あくまでも関連業界のみなさまと相互理解が大事であり、これから十分に話し合いをしながら協調体制をもって、対処させていただくという姿勢であり、決して一方的に私どもの主張を申しあげるといような進め方は十分注意して、今後とも進めて参りたい」。

続いて商品委員長の立場から、廣田委員長より割戻金標準化に関する提案書の内容とこれからの作業予定等につき次ぎのような報告があった。

廣田委員長；『「割戻金標準化に関する提案書」(6頁参照)本件はWGの労作の結果であるが、これは当協会として去る5月19日の商品委員会で答申の最終結論とさせていただきます、先ほどの理事会においてこれを御側の提案とさせていただきますことによるしかろうとご諒承を願ったものである。

この提案書の最後の頁に「呼称と性格及び決済期日」のモデル表が掲げられており、これをご覧いただければその趣旨がお判りいただけると思う。すなわち、最近一番問題となっている基本契約割戻金の問題、またそれと同じ性格である期間契約割戻金、いわゆるオープン的なものと、それよりも短期間で販売促進費的な随時契約割戻金いわゆるスポットの問題、こういった内容についての分類を行ない、同時にこれらの決済については、だいたいこういうような標準的なパターンでやっていただきたいという提案の期間がそえられている。

詳細の説明は省かせていただくが、今後の当協会の手順としては卸側の意向がこれできりまとめられたので、近いうちに賛助会員世話会のみなさんともご相談して代表者をご選択いただき、場面によってはWGを含め、それぞれの代表グループでこの提案にもとづき一つ一つの問題点、あるいは妥当性というようなものをよく検討するための協議会を設け、そこでご諒承をいただけるような場面ができた暁には、逐次これを実施して参りたいと考えている。

先ほど運営委員長が言われたように、あくまでも生販両面にわたる十分な話し合いのうえで進めさせていただく方針である』。

情報システム化委員会の活動に関しては、同委員会の副委員長であり、また受発注システム検討会、取引コード検討会の座長を兼ねている栗原悠造氏より①酒類食品の手書き用伝票の普及について②取引コード検討会の活動③受発注システム検討会の活動等につき報告がなされた。

【第2号議案】

昭和57年度収支決算書、貸借対照表、財産目録

につき事務局より報告し、去る4月13日、西野、萩原両監事による監査結果を西野監事から報告通り相違ない旨の発言があった。

【第3号議案】

昭和58年度事業計画案のうち委員会としての主な活動計画につき事務局で朗読。原案通りこれを承認した。

【第4号議案】

58年度の会費の額は前年度同額とし、その賦課徴収方法は年度当初において全額を納入することとなった。また、新規加入会員の加入金については定款の定めはあるが、会員の増員を図る方向で58年度も徴収しないことを決めた。

【第5号議案】

58年度収支予算に関しては國分委員長より次ぎのような報告説明があった。

「項目ごとの予算については、殆んど変動はなく基調は前年とあまりかわっていないが、繰越金の推移から見て、来年度末の繰越金は400万円程度と予想され、従って59年度においては、会費の改訂をさせていただかねばならない状況にある。」との説明があり、第5号議案を承認した。

【第6号議案】

新規加入会員3社。新規事業所会員1事業所、賛助会員2社。退会会員10社。

【第7号議案】

鈴木崇前理事の退任に伴ないその後任に榑廣屋取締役副社長松本健一氏を選出した。なお午前中の理事会において同氏の理事決定と同時に常任理事就任を決めた。

【第8号議案】

その他の議案で運営委員長より57年度の農水省

委託事業の加工食品卸売業の機能実態とその開発の方向に関する調査報告書につき説明があったあと、出席各支部長より支部活動状況等、次のような発言があった。

竹内四国支部長；「卸売機能としてこの報告書には販売、販促、情報、品揃え、保管（在庫）および配送の6つの機能があげられているが、ストック機能とデリバリー機能を分割することによって問屋機能というものがあるに生きてくると思う。すなわち、保管、配送機能はメーカーにやっていただきたいということであるが、このことについてお互いに討議を進めており、本部においても研究テーマとして協力願いたい」。

中村中国支部長；「各県ごとに幹事をおき、活動しているが、本日割戻金について標準化の方向に進めるということをお聞きし、支部によいみやげが出来たと思っている。生販協力のもとによりよい方向に進めて参りたい」。

桑島北陸ブロック長；「不当返品、過剰サービス等が問題となっている。明日北陸ブロック総会を開くが、その席上いろいろ話が出ると思う。そこで問題点が出ればみなさんに報告し、ご協力いただきたいと思う」。

磯野関東支部長；「関東支部はこのあと、この席で総会を開くことになっている。現在物流対策委員会が中心になっている活動しており、小分け問題、返品については店頭、現場で処理する方法を検討中である。商品研修会は毎回バス1台を貸り切り実施しているが、工場見学だけでなくメーカーの流通に対する考え方等相当突込んだ意見交換を行ない大変好評で引き続き実施したい。場合によってはメーカーとの懇談の場を別に設け

ること等を考えている」。

松下近畿支部長；「すでに報告のあった小分け、返品問題等についての賛助会員のみなさんへの意見、要望については省略するが、近畿支部有力会員の方々がメーカーに強く要望し、業界紙にも掲載されている製造年月日の問題が小売段階で非常に厳しく問われている。メーカーにはそういう傾向をご認識いただきたいと思う。まだ、支部として取り挙げていないが、支部総会で有力な方々から話がでると思うのであらかじめお話し申しあげたい」。

★ ——— ★ ——— ★ ———

小分け経費、割戻金問題を協議 総会に先きだち理事会開催

5月25日午前10時半から東京ステーションホテルにおいて同日午後開催の定時総会に先だつ理事会を開き、①小分け経費の負担等に関する件②割戻金標準化協議会の設置に関する件の2議案につき協議した。

小分け経費については運営委員長より食品取引改善委員会のワーキンググループの活動経過および今後の対応等に関し説明があった。

現在、小分けに要する経費算出作業を進めているが、その名称を「小分け代行費」と統一呼称することとし、小分け困難とされる商品に対してはメーカーに協力をお願いする方向で検討中であり、定時総会の席上でその考え方について報告することを承認した。

割戻金標準化協議会の設置等に関しては廣田商品委員長から「割戻金標準化に関する提案」のとりまとめまでの経過報告とメーカーとの話合いの

場としての協議会の設置についての説明があり、その協議会の設置諸作業は運営、商品両委員長に一任することを諒承した。

続いて総会提出議案を協議し全員異議なくこれ

を承認。

また、このたび情報システム化委員長に就任した榎廣屋取締役副社長松本健一氏の理事選出に伴って理事互選により常任理事を決めた。

商品委員会

7月15日、商品委員会を開催し、①割戻金標準化協議会設置等に関する件②返品防止の具体的推進活動に関する件③商品小分け化の進捗状況等に関する件などを協議した。

「割戻金標準化に関する提案」は、すでに5月25日開催の理事会、定時総会において報告され、その標準化のための協議会設置ならびにメンバー構成については賛助会員世話人会の協力のもとで具体的作業を進めることが承認されているが、商品委員会は世話人会代表4名、日食協側代表4名の合計8名で協議会を発足させることを決めた。この協議会は提案書の内容をさらに煮詰め、標準化の実現に向け、10月時点開催予定の賛助会員世話人会を目標に作業を開始することとなった。

なお、割戻金標準化に関する提案書の全文を次ぎに掲げることとするが、会員、賛助会員からの前向きな意見等を広く求めつつ業界標準化の推進を図る。

割戻金標準化に関する提案

日本加工食品卸協会
協力：流通政策研究所

I 主 旨

加工食品業界における商取引条件の中で「割戻金」として総称する条件が非常に重要な位置づけとなっている。この割戻金なるものは、加工食品卸業界にとって経営資源「人・物・金」のうち「人及び金」に甚大な影響を及ぼしている。

即ち、「経営の合理化」「流通コストの削減＝経営コストの削減」「財務体質の改善＝信用の安定」にとって密接不可分である。一方、税務当局を始め会計監査人との関係においても重要な課題でもある。

よって、割戻金問題を是非とも解決改善を図りたい。

II 提 案

1. 呼称と性格のモデル

2. 決済期日のモデル
3. 即 引 化
4. 契約の文書化・明確化
5. 支払案内と内容の明確化

上記5項目を提案しその内容につき説明申しあげたい。

1. 呼称と性格のモデル

(A) 総称する割戻金を性格区分すれば下記3区分となる。

- (1) ボーナス的性格
- (2) 後払口銭的性格
- (3) 販売促進費的性格

この性格3区分に基づき呼称モデルを下記の通りとする。

(1) ボーナス的性格 → 特別割戻金

特別割戻金・特別報奨金・特別謝礼金等の名称をもって支払う側の任意によって支払われる金員であり、ここには契約の概念が存在しておらず、全くボーナス的であり、支払の有無にあっては継続的・断続的・一過性的なもの等まちまちである。

(2) 後払口銭的性格 → { 基本契約割戻金
期間契約割戻金(副呼称；オープン)

〔基本契約割戻金〕

- 商取引の根元である基本的条件として取決めが行なわれており、支払の時期・方法・算出根拠(従価・従量をベースとして定率・定額・累進等)等が文書又は口頭による契約が存在し継続的なものであり、商品取引の後払口銭としての性格である。
- 分荷手数料・運賃補助等の名称をもって機能補填費的な表現にて継続的に支払われるものがあるが、本来、分荷・配送機能は卸業の当然の重要な機能であり、この機能に対して支払われるものは表現の如何に拘らず口銭体系の重要な一部と考える。

〔期間契約割戻金〕

- 基本契約割戻金に類似する後払口銭的性格のものであり、期間が短期で継続的に採用される。
- これはいわゆる基本契約割戻金を補完する形でメーカー・仕入先の意志が強く作用している。

(3) 販売促進費的性格 → 随時契約割戻金(副呼称；スポット)

○個々の商取引において随時文書又は口頭によるものであり、個々の販売促進を目的として契約するもの。

○いわゆる割引・値引的性格をもち、又販売促進を目的として個別対応が計られているもの。

(B) 呼称モデル設定上の問題点

メーカー・仕入先と卸業界の関係において、立場の違いあるいは管理手法の違い等から発生する基本的思想の調整が不可欠となる。この辺の事情に関し説明を致したい。

(1) 特別割戻金（ボーナス的性格）についてはなんら問題はない。

(2) 基本契約割戻金（後払口銭的性格）については「問題なし」とする部分と「問題あり」とする部分が同居することになる。

問題ありとする部分は、分荷手数料・運賃補助等の表現にて継続的に支払われるものについて、メーカー・仕入先側は販売補助金とか機能補助金等の思想があるが、卸業側から見れば分荷・配送機能は卸業側の当然の重要な機能であり、この機能に対し支払われるものは表現の如何に拘らず口銭体系の重要な一部分と考えられる。

いわゆる、直送口銭と倉入口銭の関係において発生するものであり（後払口銭の一部と看做したい）。

(3) 期間契約割戻金（後払口銭的性格）については、思想的に基本契約割戻金に準じるものであり、これは単に期間的制約があるだけのものとして理解されるが、メーカー・仕入先側と卸業側とに解釈の食い違いが生ずることが起きる。

(4) 随時契約割戻金（販売促進費的性格）については様々な形態で表現されているが、その内容は割引的性格を始めとし大量陳列補助・チラシ補助・キャンペーン補助等々販売促進費的な性格を有しているが、その思想にあたってはメーカー・仕入先側と卸業側と一致するものと見做される。

2 決済期日のモデル

各種割戻金の決済期間は下記の通り要望したい。

特別割戻金 — 任意

基本契約割戻金 — 年4回以上の決済

期間契約割戻金 — 期間終了後1カ月以内

随時契約割戻金 — 契約後1カ月以内（なお、契約期間が1カ月をこえ

る場合は経過1カ月ごとに決済を要求する。)

- (1) 特別割戻金については、その性格から任意決済で致し方ないが可能な限り早期決済を要望する。
- (2) 基本契約割戻金については、本来即引が原則でなければならないと考えられるが、過去の経緯から即引実施要望には無理があると理解されるので、「年4回以上の決済」を当面の要求と致したい。何故なれば、人件費を始めとするランニングコストは口銭（荒利益）によって賄われるものであり、当然の口銭が立替資金につながることで事態不自然と思われる。年4回以上の決済とした根拠は、メーカー・仕入先に対する取引代金の決済が概ね3カ月目には行なわれていることから年4回以上とした。
- (3) 期間契約割戻金・随時契約割戻金については、即引あるいは即決済を要望したいところであるが、これとて早急には無理と思われるので夫々期間終了後又は契約後1カ月以内には決済されることを当面の要求と致したい。なお、契約期間が1カ月をこえる場合は経過1カ月毎に決済したい。

3. 即 引 化

本来口銭等が後払的（いわゆる立替の発生）であることに疑義を感じると同時に事務の複雑化を招いている。

事務の複雑化は合理化・効率化の最大のネックとなっており、卸業の近代化を遅らせている一つの大きな事由となっている。流通コストの削減はメーカー・仕入先に対し、又末端流通業者に対し、最終的には消費者に対し大きく貢献するところであり、複雑多岐にわたる割戻金の領域を極小化することが極めて大切な事項と考え即引化を強く要望する。

4. 契約の文書化・明確化

割戻金に対する契約の概念が希薄であり、結果的に不明確な情況のものが相当数ある。このことは、割戻金が債権としての認識を疎外する原因の一つとなっているものと思われる。

後払口銭的性格や販売促進費的性格の割戻金は最も大切な債権の一つであるだけに、契約の文書化・明確化を図るべく生販相い互して努力をしなければならぬものと思料される。

5. 支払案内と内容の明確化

メーカー・仕入先より支払われる割戻金に対する案内とその内容が不明瞭なものが多々発生している。

これが原因の一つに契約の文書化・明確化の欠除と同時にメーカー・仕入先側の各種割戻金に対する思想の違いに起因するところによるものと思われる。

各種割戻金に対する卸業側の思想と実態については前項にて縷々申し述べた通りであり、支払案内と内容の明確化を強く要望する。

呼称と性格及び決済期日のモデル表

性格	呼称 (副呼称)	契約 (有・無)	定 義	取 扱 内 容	決済期間
ボーナス	特別割戻金	無	メーカー又は仕入先との間に、いかなる契約もなく、メーカーは仕入先の任意によって提供されるもの。	<ul style="list-style-type: none"> ○性格が全くボーナス的であり、支払の有無、継続的・断続的・一過性的なもの。 ○特別割戻金・特別報奨金・特別謝礼金等の名称で支払われているもの。 	任 意
後払口銭	基本契約割戻金	有	メーカー又は仕入先との間に商取引の基本条件の中で取決められており、支払の時期・方法・算出根拠（従価・従量をベースとして定率・定額・累進等）等を文書又は口頭で明示され継続性のあるもの。	<ul style="list-style-type: none"> ○商品取引の後払口銭的性格のもの。 ○文書又は口頭による契約で継続性のある分荷手数料・運賃補助等の名称で支払われているものも含む。 	年 4 回 以 上
	期間契約割戻金 (オープン)	有	メーカー又は仕入先との間に文書又は口頭により取決められ、支払の時期・方法・算出根拠等が明示されるも、その対象期間が短期的なもの。	<ul style="list-style-type: none"> ○基本契約割戻金に類似する後払口銭的性格のものであり、断続的期間のもの。 ○基本契約割戻金を補完する目的をもってメーカー・仕入先の意志が強く作用しているもの。 	期間終了後 1 カ月以内
販売促進費	随時契約割戻金 (スポット)	有	個々の商取引において、随時文書又は口頭によるものであり、個々の販売促進を目的として契約するもの。	<ul style="list-style-type: none"> ○割引・値引的性格をもち、又販売促進を目的とし、個別対応が計られているもの。 	契約後 1 カ月以内（契約期間が 1 カ月をこえる場合は経過 1 カ月毎に決済）

返品防止、小分け化 賞味期間などを協議

商品委員会では返品防止の具体的推進活動に関しても協議した。

このほど関東支部物流対策委員会がとりまとめた百貨店、スーパーの返品実態報告書の有効活用については、食品取引改善委員会のワーキンググループとまず連繫を図って返品の実態分析整理を行なうことになっているが、この両者間で焦点を絞り

つつ関係業界に問題提起するという線が確認された。

なお、加工食品の賞味期間の表示問題が最近小売業界サイドから要求されているが、缶詰についても表示して欲しいとの要望が寄せられており、この件に関しては、他の業界の動向を十分に留意しながら、特に缶詰にあっては缶詰ブランドオーナー会の意見をもって日食協の意見にしたいとされた。

小分け代行費(案)を協議

量販店への納入商品の小分け化問題についてはメーカーサイドの前向きな協力により順調に進展してはいるが、対応困難な商品はその経費をメーカー協力を得る方向で、このたび食品取引改善委員会WGは経費算出したが、その試算表を各支部に連絡し、支部内において検討のうえ意見を求めることとなった。

半さいを原則とした場合の1セット当たりの小分けコストは下記の通りである。

小分け代行費(案)

項目	小分け内容	経費(円)	備考
1. 包装費	シュリンク	10	フィルム代 電気代
	非シュリンク	10	ガムテープ ビニール袋
2. 人件費	シュリンク	10~12	
	非シュリンク	16~18	手作業による 経費の増
3. 設備原価 償却費	シュリンク	5	
	非シュリンク	—	手作業により 償却なし
1セット 当たり計	シュリンク	25~27	
	非シュリンク	26~28	

※上記の経費は半さいを原則とした場合の1セット当たりのコストとする。

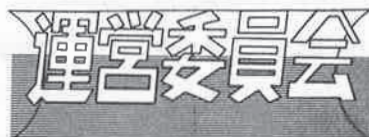
※人件費は、パートタイマー1時間660円を基準に1日の稼働時間を3時間で算出。

※設備減価償却費は100万円のシュリンカーを3年償却とし、1日3時間で算出。

※対象範囲は大型小売店へ納入するプロパー商品とする。

※呼称は「小分け代行費」に統一する。

※上記算出は58年度の基準とする。



7月15日、運営委員会を開催し①各支部総会の結果報告及び活動計画等に関する件、②58年度の日食協活動スケジュール化等に関する件、③その他について協議した。

各支部の定時総会は5月25日の関東支部、同26日の北陸ブロックを皮切りに6月中で北海道支部を残す以外すべて完了したが、その経過報告を事務局より行なった。(関連記事5頁掲載)

また、委員会活動のうち7月14日開催の情報システム化委員の協議結果につき松本委員長より報告があり、同委員会の検討会がすでに予定組している線に沿って推進することが確認された。

58年度の日食協スケジュール化等に関しては、59年5月25日に理事会並びに定時総会を開催する予定で、この日を目標に7月以降の本部活動のスケジュールを組むこととなり、各委員会等の開催月を予定組みした。

その他①近促法事業に関連し活動推進に当たっての予算、②58年度の優良企業等表彰事業の候補

店の推薦について協議した。(②に関しては会長一任となる。)

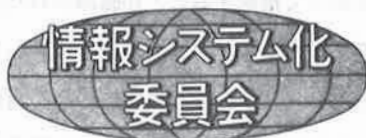
〈共同配送の実験事業に協力〉

また、関東支部の物流対策委員会・配送小委員会がかねてから検討を進めていた通常時における都内百貨店への共同配送に関連し、(社)食品流通システム協会が農水省企画課を窓口とした「食品物流の高率化システム推進事業」を受託したことに伴ない、この推進事業の一環として共同配送の実験を行なうべく、日食協に協力要請があり、その可否につき協議した。その結果、この実験事業に協力することが確認されたが、日食協の窓口委員会としては商品委員会とすることが話合われた。

58年秋季フードウィークは中止

農林水産省では石油ショック以後、物価安定対策の一環として昭和49年秋以降、毎年春秋2回にわたり実施してきた「フードウィーク」も見直しの時期にあるとされ検討を重ねてきていたが、'83年秋季フードウィークは見送ることになり、去る7月14日付で農林水産省食品流通局物価対策室長名で会長宛に通達があった。

なお、'84春季フードウィーク事業は実施の予定であると言われる。



7月14日、情報システム化委員会を開催し①酒類食品統一伝票の普及に関する進行状況報告の件②取引コード検討会の提案に関する件③その他を協議した。

統一伝票の普及についてはまず実態調査が必要とされてアンケート中であつたが、このほどその結果が集計され、委員会に示された。それによると112社からの回答のうち業界統一伝票を知っていると答えたもの86社(76.8%)、知らないとするもの26社(23.2%)で採用の有無等についての回答は下記の如くである。

	タイプ用	手書用	計
採用したい	5	2	7社
検討したい	26	21	47社
採用しない	—	—	40社

以上の如くであり、さらにすでに採用しているとするもの18社(うちタイプ用14社)、採用していないと答えたものが94社となっている。

このような実態から見て今後積極的普及活動が望まれることとなっているが、このほど新たに開発した手書用統一伝票は印刷所を一部窓口化し、希望している企業から先ずスタートできるよう段取りすることになった。

今後の作業としては、マニュアルの作成と伝票総発注量から割り出した見積り等を印刷会社から取り寄せなるべく早い機会に共同印刷化を進める方針である。

今後支後との連絡を密にし支部協力のもとでPR活動を推進する。

「統一取引先コードに関する提案」がこのほど取引コード検討会でとりまとめられ本委員会に報告された。

その提案書の概要は下記の通りである。

〈提案書のあらまし〉

1. 検討会設置の背景と目的

近年消費動向の多様化に伴って少量多品種化、商品ライフサイクル、リードタイムの短縮化配送の小口化や広域化など流通環境の変革期にあり、各企業はきめ細かくで迅速な取引情報の掌握が要求される時となった。しかしその取引情報も各企業が相手毎に個別に対処しようという場合は取引先の数に比例した作業負担を伴うこととなる。

このネックを解決する重要なポイントが、企業間情報の様式（フォーマット）と取引コード（取引先コード、商品コード等）の標準化であり、業界全体の事務合理化を目的として研究、推進すべく設置されたもの。

2. 検討の趣旨

- ①統一コードの全国展開
- ②運営組織の一元化

3. コード体系（現行の業界統一コード体系をそのまま踏襲）

x x	x x	x x x x
府県コード	市区郡	連番号

4. 登録の範囲

業種業態の如何に拘わらず、会員が業務上で共通して必要とするすべての取引先を対象とする。

5. コード設定の単位

本店、支店、営業所、出張所等事業所別とする。

6. 登録内容

統一コード、屋号・店名、代表者名、郵便番号、住所、電話番号、酒販免許の種類。

7. コードセンターの設置場所

経済圏の単位は日食協の支部の単位に一致。

8. コードセンターの運用機関

第三者機関への業務委託形式が最善とされる。

9. コードセンターの機能

- ①コードの設定と管理、②関連機関との折衝、調整、③統一コードの利用普及に関する活動等。

10. 運営組織

当面は日食協の組織を核として進める。

11. 運営費用の調達

会費およびその徴収方法等についてはなお検等中。

12. 今後の進め方

業界内外の広いコンセンサスを得て計画を具体化するための推進母体が必要であるが、これの設置に時間を要する場合は当面日食協が中心となって進める。

また関連行政機関や業界団体へも呼びかけ、より早期に、より広く統一コード化が進むよう図る。

その他、現行コードセンターとの調整、統一コードの初期登録作業の細目決定に取り組む等々。

委員会では以上のような提案書の内容を検討したが、コードセンターの委託先については複数企業とするかどうかなどの問題を運営委員会に諮ることになった。

<委員会の関連活動>

手書用統一伝票の普及問題を中心として酒類食品統一伝票普及促進委員会が5月17日、6月3日、6月24日と継続的に開催された。検討作業の骨子としては、まずアンケート調査を実施すること、そのうえで統一伝票を採用したいとする企業等を掌握し、伝票コストの見積りを算出し、出来得れ

ば印刷会社を窓口指定し経費の低減化を図り、普及促進に資することとしている。

また58年度に入ってから取引コード検討会の活動としては、本委員会へ提示のための提案書作成作業を重点に去る5月27日、6月22日にそれぞれ開催し、上述の「統一取引先コードに関する提案書」のとりまとめを行なった。

割戻金の提案書まとまる 商品、取引改善両委で協議

5月19日、午後1時から商品委員会の開催に引

き続いて2時から商品委員会との合同により食品取引改善委員会を開催。割戻金標準化に関する提案書の内容検討と割戻金標準化協議会設置問題等を中心に協議した。

その結果、割戻金標準化に関する提案書は妥当な内容であるとの合意が得られ、理事会、総会に先きだちあらかじめ賛助会員世話人会の諒解を得るとともに賛助会員すべてに事前郵送してあらかじめの検討をしていただくことになった。

なお小分け経費の負担問題については「小分け代行費」と呼称統一することなどを諒承した。

支部ニュース

各支部で定時総会を開催

5月25日の本部定時総会のあと関東支部の定時総会が開催されたのを手はじめに、翌26日には東海北陸支部・北陸ブロック総会が開かれ、6月に入ってから、10日四国支部、16日近畿支部、18日中国支部、21日九州沖縄支部、26日に東北支部と相ついで開催された。58年度はほとんどの支部が結成5年目に入るが、地域における連繫活動をより以上に強化し支部組織の充実を図るべく各支部とも58年度の新しい活動に一歩を踏み出した。以下に各支部の総会のもようを追って見る。

〔 関 東 支 部 〕

5月25日、午後3時から東京ステーションホテル牡丹の間で定時総会を開催、①57年度事業報告、②同決算報告、③58年度事業計画、④同収支予算につき協議、すべて原案通りこれを承認した。

引き続き午後4時から桜の間において幹事会を開き、58年度の支部活動、ブロック活動の推進等に関する件を協議した。

特にこのほど物流対策委員会が実態調査した百貨店、スーパーの返品実態調査報告書の取扱いについて本部委員会との連繫と今後の進め方を中心に意見交換した。

また、量販店に納入する商品の小分け化問題に関する支部対応などを検討した。

なお関東支部の58年度事業計画等は会報31号30頁以降に掲載済みである。

〔北陸ブロック〕

5月26日、東海北陸支部・北陸ブロック総会を福井県の商工会館で開催した。

いままで同ブロックは金沢市で総会を開催していたが、今後は富山を含め3県持ち回り開催の予定。

このブロック総会には本部より國分道夫運営委員長が出席され、過去1年間における本部の主な活動について報告。

特に小分け問題、割戻金標準化問題、返品に対する取組みについて、また、大手スーパーチェーンのオンライン化に伴う受発注システムなどの進展状況を詳らかに説明。本部活動に対する深い認識と理解が得られた。

なお、酒類食品統一伝票の普及等に関しては、まだ周知されていない面もあり、改めて説明会等を開催する運びとなった。

〔四国支部〕

6月10日、ホテルリッチ高松において午前11時半から幹事会、午後1時から定時総会が開催された。

定時総会には賛助会員も出席され50名を越える盛況な総会であったが、本部事務局より各委員会活動の近況を中心に報告があり、続いて議案の審議に入った。

その結果、全議案とも原案通り承認となり、総会終了後、記念講話として「心と身体の健康づくり」（ヨーガによる調身、調息、調心法）と題し香川相互銀行能力開発研究所長倉本英雄氏より約1時間の講話があった。

なお、同支部では昨年度研修会を開催したが、

58年度もそれを実施したいとされ、本部連繋作業で企画を組みたてることになった。

〔近畿支部〕

6月16日、午後1時から大阪丸ビル6階において定時総会を開催し、57年度事業、決算報告。58年度事業計画、予算等につき協議し原案通り承認した。

続いて同席に農林水産省食品流通局商業課金谷紀彦課長補佐及び近畿農政局企業流通課雑賀一明事務官が出席され、挨拶ならびに最近における農林行政に関する説明がなされ、続いて質疑応答があった。

質疑では①大店法の最近動向とその所管官庁について②全農の組織と食品流通局の関係性等について③フードウィークの見直しについて意見と質問が出された。

その他、懇談の中で日食協を社団法人とすべきだとの提案もあり、活発な意見交換が行なわれた。

なお、同支部では時を改めて本部委員長を囲む勉強会を開催する計画である。

〔中国支部〕

6月18日午後1時半から広島市の瀬戸内園において定時総会を開催した。

この定時総会には本部より國分道夫運営委員長が出席され、また農林水産省から食品流通局商業課金谷紀彦課長補佐の臨席があり、賛助会員をまじえての総会で盛況であった。

國分運営委員長からは本部活動について報告があり、団体活動への認識を新たにした。

金谷課長補佐からは農林水産省の行政についての説明と近況法に関する報告があり、特に卸売業

が近促法の業種指定となった内容をよく理解されるよう努められ、その活用を積極的にお願ひしたい旨の要望がなされた。

なお、総会終了後なごやかに懇親会が催された。

〔九州沖繩支部〕

6月21日、博多市の八仙閣において定時総会を開催した。出席者は32名で、議事に先きだち松本支部長より出席会員に対する感謝ならびに業界及び日食協の活動現況について報告があった。

続いて議案の審議に入り、①57年度事業報告、同収支決算、②58年度事業計画並びに収支予算案につき協議し原案通り承認となった。

同支部では支部結成当初、例年のようにメーカーとの懇談会を開催していたが、その再開について協議の結果、本件は改めて幹事会で協議のうえ新年度より実施する方針となった。

なお、同支部では中田信哉著「問屋への挑戦」を出席会員に贈呈したが、講演会企画として同著者を招き研修会も開催する予定である。

〔東海ブロック〕

6月21日、午前11時から名古屋観光ホテルにおいて東海北陸支部・東海ブロック総会を開催した。開会に先だち佐藤良嶺支部長より「地方では本部は何をやっているのかよく判らない面があるが、本部役員のみなさんが精力的に業界のために骨をおっておられることに深く感謝申しあげたい。」旨の挨拶があった。

続いて事務局より運営委員会、食品取引改善委員会に関連し近促法の作業進捗状況と今後の活動予定、商品の小分け化問題について、また商品委員会関係では割戻金標準化問題、等々を報告、ま

た農水省の機能整備対策調査委託事業の委員でもある㈱メイカン高田正司副社長から同委託事業の内容報告が行なわれた。

今後も中部食品問屋連盟との連繫を深め支部活動の充実を図るとされている。

〔東北支部〕

6月25日、ホテル仙台プラザにおいて午前11時半から幹事会、午後1時から定時総会を開催した。

定時総会では諸議案の審議に先だち本部事務局より各委員会活動を中心とした報告を行なった。

同支部は広域支部であり、会合を開くにしても結集が困難な地域であるが、会員相互の協力のもとで特に58年度は市場安定対策に努めたいとされた。そのためには地元同業会との連動を密にしつつ前向きに取り組むとしている。

また、小分け対応問題、返品防止活動、センター納入手数料問題等、支部としても種々問題を抱えているが、いずれも本部の活動に準じて地域対応する方向が話合われた。

57年度の物流コスト調査を実施

関東支部が諸活動を推進

関東支部は新年度に入り、同支部の物流対策委員会を中心に具体的諸活動をはじめた。

すでに年度に入り4月21日、5月27日、6月24日および7月22日と毎月委員会を開催し活動の新展開を図っている。

主な協議対象としては、①返品対応策の具体的な適用について②商品研修会の実施について③配送小委員会活動に関連する具体的な検討について等を取り挙げている。

同支部では一昨年、物流コストの実態調査を実施し、経営の資として各方面から大きな反響を呼んだが、57年1月～12月における調査を開始することになり、現在すでにその集計段階に入っているが、今回の調査は物対委メンバーばかりでなくブロックの会員からの協力を得て、物流コストの地域差についても探ぐることにしている。

また、配送小委員会が検討してきた通常時における都内百貨店への共同配送について、農水省の受託機関である社食品流通システム協会の協力要請により、今年度中にその実験事業に取組む準備も進めている。

なお、7月22日の物流対策委員会では特別企画として、農水省食品流通局商業課係長瀬戸正美氏より「アメリカの流通業界」についてスライド上映を通じながらの勉強会を開催した。

共同配送実験事業で協議

7月22日、関東支部物流対策委員会・配送小委員会では、社食品流通システム協会が農水省より委託されている「食品物流高率化システム推進事業」に関連し、都内百貨店への通常時における共同配送の実験事業について協議した。

この実験事業は、生販三層協力のもとで2～3カ月にわたり実施しようというもので、6月13日に農水省側のヒアリング、6月24日の物対委、7月6日の配送小委員会百貨店担当メンバーとの打合せ、7月15日の運営委員会、商品委員会に諮り、協力実施の運びになったもので、モデル実験としては話題性のある実験と言える。

返品問題で連絡会開催

7月21日、食品取引改善委員会ワーキンググループならびに関東支部物流対策委員会の各代表メンバーが集まり、共同課題とされている返品問題について第1回連絡会を開催した。

その結果、今後の進め方として①ワーキンググループと物対委は連動を密にし返品の内容分析を行なう。特に問題とされる項目をABC別に区分し具体的検討を行なう②実態と方法、解決の方向について取りまとめる③9月末時点でその作業を完了し本部委員会にレポートを提出する。

以上の基本線を決め返品問題の解決のための掘り下げを行なうことになった。

第4回商品研修会を開催

研修工場はキリンとサントリー

関東支部では7月23日(土)午後2時に現地に集合し、キリンビール東京工場、サントリー武蔵野ブルワリーの2手にわかれ、商品研修会を実施した。両工場とも50名を上回る参加で、映画、研修、質疑応答、ビール試飲等で有意義に研修会を終了した。

なお、今回の研修会には磯野支部長も参加された。



缶詰ブランドオーナー会

缶詰の小分け推進等を協議 本年度初の幹事会を開催

5月23日、58年度初の幹事会を開催し、下記の各議題を検討した。

【活動状況等】

事務局より57年度におけるCBOの活動状況ならびに決算状況につき報告。引き続き58年度事業計画、予算等に関しそれぞれ承認を得たうえ、意見交換を行なった。

【缶詰の小分け問題について】

現在、日食協の食品取引改善委員会ならびにそのワーキンググループが取り組んでいる小分けに関する作業状況と問題点、特に有力パッカー個別のヒアリング結果と小分け代行費についての考え方等につき意見交換した。

缶詰の小分けは他の食品に比し対応が遅れているが、ブランドオーナーの立場から極力小分け化に向け努力するよう機会あるごとに積極的にパッカーに協力を呼びかけることになった。

また、CBOとしての小分け問題への今後の進め方については本部の活動に対応して取り組むことになった。

【缶詰キャンペーン】

58年度は缶詰キャンペーン活動の最終年となるが、57年度の推進状況と58年度の主なキャンペーン活動につき事務局より報告。各幹事店はこのキャンペーン事業に積極的協力をすることを決めた。主な実施内容は下記の通りである。

1 料理講習会

- ① 本会会員によるもの
各地区缶詰協会等の運営により一般消費者を対象にした缶詰料理講習会を約50回開催する。
- ② 日本栄養士会とのタイアップによるもの
「缶詰を上手に利用して、健康的な食生活や成人病予防に役立つ料理講習会」を一般消費者を対象に、主要都市の大学の施設などで30回開催する（1回約100名）。

③ 新聞社とのタイアップによるもの

☆ 北海道、サンケイ、中日、各新聞社とのタイアップにより、一般消費者を対象に缶詰の特性を生かした料理講習会を行う。北海道、関東、中部、関西地区での地域の缶協等とも連絡を密にして、約20回開催する。

☆ その他

日本食糧新聞社とのタイアップにより東京を中心に約10回開催する。

④ その他

各都道府県都市消費生活センター、消費生活課等とタイアップにより随時開催に協力。

2 セミナー・研究会

① 本会会員によるもの

各地区缶詰協会等により、各地区消費者を対象に約10回開催する。

② 日本栄養士会とのタイアップによるもの

大学・教育養成施設において栄養学、食品学等を担当している者、及び病院等に勤務している栄養士を対象に缶詰食品を中心とした講義と討議による研究会を5回開催する。全国5ブロックで大都市を中心に1会場100～200名で行う。

③ 量販店販売担当者を対象にしたもの

日本セルフサービス協会、日本生活協同組合連

合会等の関係団体と販促問題についての研究会を3回開催する。

④ 外食産業関係のユーザー等を対象にしたもの

外食産業関係の新聞社、雑誌社関係団体等とユーザー（特に喫茶店、スナック等も考慮に入れる）、納入業者、缶詰業者による懇談会を4回開催する。

⑤ 栄養改善普及会とのタイアップによるもの
消費者リーダーを対象に、缶詰を用いた料理の展示、試食、缶詰映画の上映、缶詰の特性に関する講義等を取り入れたセミナーを3回開催する。

⑥ その他

☆ 消費者リーダー等を対象にしたもの

関東、関西地区を中心とした消費者リーダーを対象に缶詰についての懇談会を2回開催する。

☆ 大学等の食物科学生を対象

主に関東、関西地区の女子大、短大の教材として缶詰の映画、缶詰材料等の提供を行い、さらに要請によって本会からも講師の派遣を行う。

3 催 事

① 缶詰料理コンテスト

全国規模（首都圏重点）により「私のCANクッキング」を一般消費者を対象に募集する。期間は昭和58年7月1日から8月31日まで。応募の中より優秀作品以下各賞を選出し、昭和58年10月1日入賞発表を行う。

② フードウィーク（春、秋）

食品産業センター・フードウィーク中央実行委員会の開催するフードウィーク期間における食生活展に協力する。

③ 農林水産祭

東京晴海において開催される第22回農林水産祭に出展する。

④ 食生活情報サービスセンター関連（農林水産省後援）

全農、野菜加工団体とのタイアップにより野菜缶詰の即売会、講習会等に参加する。

⑤ 百貨店・量販店等の催事に随時協力

4 資 料 等

① 映画の作成

缶詰食品の特性、利用法等を中心とした啓蒙用映画を作成し、一般消費者及び大学等の各種セミナー、缶詰料理講習会、会員各社の催事等で使用する。

② ビデオテープの作成

小学生向き教材用として缶詰製造工程を中心に漫画・イラストも用いて缶詰を説明する。

③ 各種資料の作成

各種講習会、研究会、催事、量販店等において使用するテキスト、パンフレットの作成等。

☆ 缶詰Q&A（缶詰の生産、表示、品質、安全性、保存性、検査及び容器等の事柄についてのQ&A）

☆ CANクック（缶詰の知識、料理のヒント、缶詰の話題提供の小冊子）

☆ 缶詰料理テキスト（缶詰料理講習会用のテキスト）

☆ 缶詰ハンドブック（缶詰の概要、缶詰の特徴、品種別の概説他）

☆ セールスマンの手引き（缶詰の商品知識等）

☆ ポスター（催事案内用）

☆ キャンペーン事業報告書

④ その他（缶切、エプロン、トレーナー、フキン、ビニール手さげ袋等）

5 広報パブリシティ

① 広報を中心にマスコミ媒体、関係団体及び

本会会員等に配布するニュースレリーズ（CANトピックス）を隔月、計6回発行する。

② PR調査

- (1) 「21世紀の缶詰」
- (2) 「単身赴任サラリーマンの食事と健康」

③ ペイドパブ

料理専門誌、婦人誌等に缶詰関連の記事を有料掲載する。

④ 各地区料理講習会、催事等の告知並びに開催状況の新聞掲載。

⑤ 放送関係、日刊紙、雑誌、業界紙等に資料協力及び関係者と懇談会を開催する。

6 その他

① 一般宣伝

関係業界紙等に宣伝広告他

【缶詰バーコード印刷の現況等について】

小売業界におけるPOSシステムの進展に伴い、缶詰の対応が注目されているが、バーコード印刷の現況およびその問題点等について意見交換した。

本件については避けて通れない問題であるとされ、個々対応に委ねざるを得ない状況にあり、業界全体として何らかの問題発生時には改めて情報を持ち寄り検討することとなった。

【缶詰のクレーム実態等について】

品質対策委員会で進めているクレーム実態調査について事務局より報告、今後のクレーム対策等の意見交換を行なった。

この実態調査は集計ばかりでなく、クレーム発生の傾向、データに基づいての消化状況分析等も実施することとしており、関係団体に対しては防止対策の強化を要請することとしている。

ももなどで情報交換

果実部会

5月23日、果実部会を開催し①みかん缶詰②チェリー缶詰③もも缶詰等につき生産および在庫状況、今後における市況見通しで情報交換した。

【みかん缶詰】

蜜柑缶詰で2月28日現在までまとめた生産数量は次の通り。

1 / 6	694,000	145 %
2 / 2	740,000	162 %
3 / 2	62,000	168 %
4 / 2	5,649,370	110 %
5 / 4	270,000	122 %
5 / 2	1,341,000	
その他	547,000	126 %

実函計 9,303,370 % 127 %

換算 7,229,323 % 126 %

これに対し製缶会社情報では、みかん年度の総計は実函で内販950万函、輸出170万函の見方で、最終的内販の数量はほぼ工組の実函と一致している。

【チェリー缶詰】

57年度のチェリー缶詰生産数量及び出荷状況は下記の通り。

1 / 6	4,488 %	2 / 2	900 %
4 / 2	698,000 %	5 / 4	56,000 %
K / 4	31,000 %	8 / 4	1,290 %
M2 / 2	39,000 %	M3 /	2,000 %

実函計 1,182,700 % (内リパック 152,000 %)

18ℓ缶 119,000本

出荷数量は3月末 907,000 %

販売済(オーナー) 242,000 %、(パッカー)

31,000%

計 275,000%これは総生産に対して 23.2%

なお、ことしは開花が早く、着果率はよいとされている。

着花率は佐藤綿15.9%、ナポレオン 13.56%である。11.00%を超える年はよいといわれている。

54年から57年の原料価格（キロ当り）は下記の通り。

(円)

	54年	55年	56年	57年
加工用	213	197	450	720
生食用	787	794	1,267	1,335

【もも缶詰】

新物もも缶詰の生産見通し等を中心に情報交換した。それによると以下の如くであった。

- 生産数量は製缶会社の数字で実函57年 330万%、56年 310万%で概ね 330万%前後の量で安定している。原料工場能力等から生産数量は大きな増減はない。
- 価格がみかん缶の倍以上であり、あまり高値となると売れなくなる。
- 黄桃はほとんど輸入となり、国内は量的にも少なくなり市場には大きな影響はないと見る。

57年度みかん缶生産状況

最終受検状況

蜜柑缶工組が昭和57年度内販みかん缶詰の最終的生産数量をとりまとめた。

受検状況から見た内販、輸出品の内訳は下記の通りである。

内販向けホール品

(単位；函数)

検査所別 缶型別	仙 台	清 水	神 戸	門 司 (含長崎)	実函計	換算計
1 / 06	37,358	352,461	142,370	215,559	747,748	934,702
2 / 24	53,388	290,279	248,127	238,991	830,785	1,129,868
3 / 24		45,799	19,428		65,227	58,706
4 / 24	172,746	1,791,082	1,381,502	2,663,144	6,008,474	4,386,188
5 / 48	31,548	133,186	291,927	555,088	1,011,749	1,011,749
そ の 他	47,146	128,872	328,341	101,492	605,851	260,860
実 函 計	342,186	2,741,679	2,411,695	3,774,274	9,269,834	
換 算 計	306,801	2,377,844	1,942,511	3,154,922		7,782,078
56 年 度	162,483	1,848,384	1,239,554	2,532,508	7,381,774	5,782,929
55 年 度	158,141	1,960,610	1,895,746	3,110,274	8,417,546	7,124,771
54 年 度	154,967	2,367,046	2,346,000	3,502,862	9,556,143	8,370,875
年 度 対 比	57 / 56	188%	128%	156%	124%	134%
	57 / 55	194	121	97	101	109
	57 / 54	197	100	82	90	92
製 社 造 数	合 計	9	17	28 (29)	29 (30)	83 (85)
	員 外 者	5	0	1	1	7

※ 員外者は合計社数に含む。

各年度缶型別構成率対比

(実 函)

単位；1,000 函

	54年度		55年度		56年度		57年度		54～56
	函 数	%	函 数	%	函 数	%	函 数	%	平均 %
1 / 06	745	8	769	9	359	5	748	8	7
2 / 24	1,201	13	864	11	459	6	831	9	10
3 / 24	178	2	90	1	37	1	65	1	1
4 / 24	5,632	60	5,061	62	5,121	71	6,008	65	65
5 / 48	1,467	15	1,086	13	775	11	1,012	11	13
その他	190	2	350	4	404	6	606	6	4
計	9,413	100	8,220	100	7,155	100	9,270	100	100

(換 算)

1 / 06	932	11	961	13	449	8	935	12	11
2 / 24	1,634	19	1,175	17	624	11	1,130	15	15
3 / 24	160	2	81	1	33	1	59	1	1
4 / 24	4,111	49	3,695	52	3,738	64	4,386	56	57
5 / 48	1,467	18	1,086	15	775	13	1,012	13	13
その他	67	1	127	2	164	3	260	3	3
計	8,371	100	7,125	100	5,783	100	7,782	100	100

昭和57年度輸出向けみかん缶詰の出荷状況

(単位；函数)

	清 水	神 戸	門 司	長 崎	実函計	換算計
1 / 06	129,220	42,636	8,000	31,448	211,304	264,129
2 / 24	40,103	46,840	45,917	15,601	148,461	201,906
4 / 24	192,850	34,100	107,010	25,300	359,260	262,259
5 / 48	3,100			900	4,000	4,000
5 / 24	219,870	98,304	444,816	260,666	1,023,656	511,827
びん/24		600			600	342
実函計	585,143	222,480	605,743	333,915	1,747,281	
換算計	469,879	191,384	372,971	210,229		1,244,463
56年度	811,146	326,390	685,090	381,461	3,130,019	2,204,087
55年度	896,686	421,080	787,997	434,237	3,871,981	2,540,000

(注) 出荷確認者数 清水(16社)、神戸(20社)、門司(17社)、長崎(10社)

計 63社

チェリー缶詰は乱戦模様

7月13日、果実部会を開催し、チェリー缶詰に関する情報交換およびもも缶詰に関する情報交換を中心に討議した。

チェリーは予想以上の大中増産から後半原料が多量に出回り、5G缶詰に詰められた、今後このリパック物がどのようなかたちで出回るか心配される。フレッシュ詰め丸缶は極端な増産ではないが、特定ブランドの寡占化への指向から乱戦模様で、市場は底値感が握めず、当用買いとなっている。それからの市場も特定ブランドの動静が注目されるところで、これに左右されるところが大きい。自由競争の中にも業界・市況にわたってのバランスが強く望まれるところであり、前向きな話し合いが必要とされた。

もも缶詰については、目安として原料価格キロ100円位からスタートするのではないと思われる。

もも缶詰はチェリーと違い原料が増産であっても製造能力から大きな変動はなく、年々ジリ貧ながら市況は安定している。生産数量は220～230万函の間で平均している。

「添加物の現況と動向」で勉強会 品質対策委員会

6月8日、品対委を開催。①パイン開缶研究会の開催準備等について②重金属の最近情報等を検討した。

続いて7月12日、「食品添加物の現況と動向」につき日缶協、大手水産2社、CBO幹事会社をまじえて、食品衛生管理士後藤力雄氏（株式会社アイゼン取締役社長）を講師に招き、約1時間に

わたり聴講したあと質疑応答を行なった。

その他、缶詰のおいしく食べられる期間及び重金属問題等についても意見交換を行なった。

缶詰のおいしく食べられる期間、すなわち賞味期間については、日缶協作成の資料が提示され、同協納富部長から6月24日開催の消費拡大委員会の議事経過について報告があり、意見交換を行なった。

- 賞味期間は缶材、水、原料、天候、肥料等全てに関連する。砂糖のみ使用したものと異性果糖を使用したものとは賞味期間が相違するので一概に決めるのは難しい。
- おいしく食べられる期間として業界が、4年、5年以上というように品目グループ別に決めて、対外的にも統一見解を発表してきているが、蔬菜類は1年で変色してしまうものがある。
- 品質対策委員会の考え方としてはイート・バイ・デートと、おいしく食べられる期間の2つに別れることになる。
- 消費者は缶詰であまり細くわかれて期間を表示したのでは困るであろう。
- 賞味期間を表示していない業界も多くあり、

他業界の動向を聞くことも必要である。これらの業界に先がけて缶詰が行なえば、他業界から批判を蒙ることにもなる。

農水省は6カ月以上のものについては賞味期間の表示をしなくてもよいとの考え方であり、表示するとすれば農水省への根回しも大切であり、またJASとの絡みで缶詰検査協会、食品メーカーの団体である助食品産業センター等の団体の意向も確認すべきであろう。

いずれにしても決定するまでは十分時間をか

けての検討が必要である。

- 返品、値引きの問題も当然絡んでくる。この対策も考えておかなければいけない。
- 日食協は缶詰だけの問題でなく、加工食品全体の問題として取り挙げなければならない。

以上のような意見が行なわれ、本品質対策委員会の方向づけとしては、賞味期間を表示するかどうかについては本部委員会に委ね、当委員会は、賞味期間について履歴の判ったサンプルによりテストをやり直し、科学的な評価が判明したところで、業界として確かな期間を設定すべきであるとした。

なお、パイン開缶研究会の結果に関しては、糖酸比分析データが提示され検討を行なった。嗜好テストではうまさとの相関性は世代、性別等でバラツキが大きく、はっきりつかむことが出来なかった旨、説明があった。

JAS 内容量基準について

財団法人缶詰検査協会では次の通り J A S 内容量基準を決定した旨、通知した。

品名	缶型	固形量	内総容量	内容量
畜肉 コンビーフ	ツナ 3号缶	—	—	100g
ウインナー ソーセージ	平 2号缶	180g	—	—

「パイン部会で情報交換」

6月27日パイン部会を開催し、①パインアップル缶詰の情報交換についてイ) グローバルパインアップル ロ) 沖縄パインアップル ハ) 冷凍原料使

用のパインアップル ②パインアップル缶詰開缶研究会開催について③その他を協議した。

それぞれの関連団体から生産数量、予想、在庫状況等についての資料が提出され、説明報告があった。

丸山益男部会長；「生産見通しについては、天候不順により世界的にパイン缶詰は不作で玉不足が予想されること、缶詰全体が売れ行き不振であり、パイン缶詰は利益商材として上手に消化促進を図りたい」との意向が述べられた。

57年度はグローバル、沖縄パイン缶詰の生産状況等は下記の通りである。

【グローバルパイン缶の概況】

○ 割当状況

58年度上期割当は70万函が去る5月20日に実施された。下期割当については本年度沖縄産パイン缶の生産とその消費状況を見、市況を勘案して関係当局と折衝したい。

なお昨年度は上期70万函(注：内追加分10万函)下期20万函計90万函の割当があった。

○ 通関状況

税関輸入統計による通関数量は別添資料ご参照。

注：冷凍パイン、生パインも参考に添えた。

○ 産地状況

イ. 輸出価格について

毎年2回開かれているパイン缶生産者会議(略称：PIRDA)は本年は去る5月台北で開催され、日本向輸出価格の引き上げについても各国とも強い意向が示されたが、日本市場の市況低迷が取り上げられ、本年は据置かれることとなった。

ロ. 生産について

1980年には約4,000万函(3/3換算)の生産を

見たが、ハワイ始め台湾等の減産により年々減少し、本年は3,500万函位に落ち込みが予測されている。

減産の大きな原因の一つとしては広範囲に及ぶ旱魃が挙げられている。

その他の理由としてはハワイにおけるデルモンテ工場の閉鎖、台湾における生食用としての旺盛な島内消費並びに輸出（香港ほか）等が挙げられ

ている。

注：農民にとっては缶詰原料に渡すよりも有利なため。

○ その他

世界各国におけるパイン缶の生産、輸出並びに輸入に関する最近の統計資料を参考までに別表に添付した。

以上

【 沖縄パインアップル生産予想 】

(1) 栽培面積

昭和58年6月末現在

地区	新植面積 (55年 計画)	未収穫 面積 (57年 植)	収 穫 面 積				在 ほ 面 積 合 計	反 収	生 産 量 (A)	缶 詰 原 料 (B)	生 食 用 そ の 他	缶 詰 製 造 量	歩 留 屯 当 函 当 り
			第1回 (56年 植)	第2回 (55年 植)	第3回 (54年 植)	計							
本 島	277	222	281	329	810	1,420	1,919	246	34,875	30,500	4,375	3/3:9%	23.6 42.4
八重山	320	189	157	237	85	479	986	284	13,600	13,500	100		22.2 45.0
合 計	597	411	438	566	895	1,899	2,905	255	48,475	44,000	4,475		23.2 43.1

(2) 原料搬入量(B)屯

地区	月	58年 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	59年 1月	2月	3月	合 計
本 島		4,724	407			3,239	9,370	6,320	3,140	950	370	320	1,660	30,500
八重山		105	3		1,902	4,930	2,050	2,710	920			310	570	13,500
合 計		4,829	410		1,902	8,169	11,420	9,030	4,060	950	370	630	2,230	44,000

(3) 缶詰製造量(3/3:%)

地区	月	58年 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	59年 1月	2月	3月	合 計
本 島		135,324	11,180			71,096	200,600	146,700	74,900	22,800	8,700	7,400	41,300	720,000
八重山		2,835	84		43,481	108,100	46,400	59,500	20,700			6,600	12,300	300,000
合 計		138,159	11,264		43,481	179,196	247,000	206,200	95,600	22,800	8,700	14,000	53,600	1,020,000

沖縄パイン缶の生販推移

(58. 6. 27. 函 3/3)

	58 (予想)	57		56	55
		実績	予想		
原料搬入量	44,000 t	47,084 t	49,349 t	54,767 t	53,123 t
本島	30,500	29,278	31,629	33,380	32,843
八重山	13,500	17,806	17,720	21,387	20,280
缶詰製造量	1,020,000函	1,053,825函	1,060,000函	1,114,629函	1,113,069 函
本島	720,000	700,137	706,000	733,589	712,976
八重山	300,000	353,688	354,000	381,040	400,093
缶詰出荷量		1,162,857		1,301,087	743,275
本島		813,224		819,990	452,524
八重山		349,633		481,097	290,751
在庫量		187,587		288,259	514,588 (177,042)
本島		142,927		242,864	369,047 (130,871)
八重山		44,660		45,395	145,541 (44,171)
会員在庫量		214,948		238,970	349,776
内産地寄托分		89,204		98,258	182,992

【冷凍原料使用のパイン缶詰】

1. 冷パ缶詰生産推移

単位：千箱(3号36缶入り換算) 58. 6. 27

年次	数量	参考、輸入原料換算	缶詰加工割合	
昭和46年	104	194	53.6 (%)	注
47	623	1,002	62.2	輸入原料換算は、
48	854	1,567	54.5	冷凍パイン輸入量が全部缶詰に
49	651	782	83.2	なった場合の数字。
50	160	361	44.3	1000箱 = 14.2トン (57年実績)
51	218	584	37.3	
52	594	947	62.7	昭和48～57年間の缶詰加工割合
53	1,091	2,026	53.9	缶詰生産量平均 666.2千箱
54	1,251	1,370	91.3	輸入原料缶詰換算 1,015.8千箱
55	701	765	91.6	平均加工割合 65.6%
56	622	846	73.5	
57(見込)	520	910	57.1	46.47年の生産数量は沖縄県以外の状況。

もも缶詰開缶研究会

6. 冷パ缶詰として利用した原料購入量

単位：t

年次	形態	購入量	構成比(%)	消費量
57年 (中間報告)	スライス	3,956	58.1	4,363
	チビット	1,687	24.8	1,718
	ピース	1,166	17.1	1,182
	計	6,809	100.0	7,263

「パインアップル開缶研究会」

6月28日、日食協で市販パインアップル缶詰開缶研究会を下記の通り開催した。

主催：日本加工食品卸協会、全国食品缶詰公正取引協議会、(株)日本缶詰協会

協賛：日本パインアップル輸入協会

沖縄パインアップル缶詰協会

開缶点数：64缶（沖縄28缶、国内2缶、

グローバル23缶、冷凍11缶）

※冷凍パイン缶は判定せず。

出席：約70名（消費者代表 10名）

午前中、CBO品質対策委員会メンバーによる計量、品質検査が行なわれ、1時半から一般公開、2時から講評、質疑応答があり、はじめに丸山パインアップル部会長より挨拶が行なわれた。

【審査結果】

判定		缶数	%
合格		46	86.7
不合格	計器	固形不足 2	3.8
	品位	糖度不足 2	3.8
		品位 3	5.7
計		53	100.1

〔沖縄〕

計器 … 固形不足 1缶 糖度不足 1缶

品位 … (皮)1缶 (肉質) 1缶 (香味) 1缶

〔グローバル〕

計器 … 固形不足 1缶 糖度不足 1缶

7月20日、日食協会議室で市販もも缶詰開缶研究会を開催した。

主催；日本加工食品卸協会、全国食品缶詰公正取引協議会、(株)日本缶詰協会

協力；(財)日本缶詰検査協会、日本農産缶詰工業組合
開缶数；62缶(白桃35缶、黄桃10缶、輸入品17缶)
出席；約50名

午前中、(財)日本缶詰検査協会井上専務理事、横本検査部長、浜田・吉田両検査主任による計量、品質検査。全国食品缶詰公正取引協議会渡辺常任理事による表示のチェックが行なわれ、午後1時30分より一般公開、2時より講評、質疑応答が行なわれ、まず水島委員長より挨拶を行ない、市販缶詰開缶研究会の趣旨等について説明した。

【審査結果】

		開缶数	品位		計器等		総合		
			合	不	合	不	合	不	
国産	JAS	2つ割 上級	6	5	1	6	0	5	1
		2つ割 標準	17	14	3	17	0	14	3
	4つ割	2	2	0	2	0	2	0	
	小計	25	(84.0) 21	(16.0) 4	25	0	(84.0) 21	(16.0) 4	
非JAS	2つ割	13	11	2	12	1	10	3	
	4つ割	2	1	1	2	0	1	1	
	薄切り	2	2	0	0	2	0	2	
	小片	3	1	2	3	0	1	2	
小計		20	(75.0) 15	(25.0) 5	(85.0) 17	(15.0) 3	(60.0) 12	(40.0) 8	
合計		45	(80.0) 36	(20.0) 9	(93.3) 42	(6.7) 3	(73.3) 33	(26.7) 12	
輸入品		17	(94.1) 16	(5.9) 1	(70.6) 12	(29.4) 5	(64.7) 11	(35.3) 6	

【不合格理由】

	JAS	非JAS
肉質	2	1
色沢	2	2
形態		2
糖度不足		1
固形量不足		1
表示不適		1
合計	4	8



【社屋移転】

※徳住株式会社（代表取締役徳住正吉氏）では5月16日より社屋、倉庫を下記に移転した。

住 所 〒866 八代市植柳下町字江川1195
TEL (0965) 32-2135

【トップ人事】

※物産食品販売株式会社では6月29日、代表取締役社長上地虎次氏は常勤相談役に後任の代表取締役社長には前三井物産株式会社役員待遇食品部参与佐々木定徳氏が就任した。

【役員人事】

※森永製菓株式会社では6月29日、次の役員人事を行なった。

代表取締役会長	稲生 平八
代表取締役社長	松崎 昭雄
取締役副社長	高木 貞男
取締役副社長	加藤 正二
常務取締役	和田 弘
常務取締役	東 修次
常務取締役	篠原弘次郎
常務取締役	川村 邦彦
常務取締役	浅井 彰
取締役	横川 良夫
取締役	斎藤 仁一
取締役	平尾 賢
取締役	原 惇
取締役	三宅 雅彦
取締役	長谷川武男
取締役	森永 剛太

常任監査役	太田 賢三
常任監査役	須山 正恒
監査役	三木 茂夫
監査役	白川 順一

【食品部事務所移転、電話番号変更】

※カナカン株式会社（取締役社長桑島実氏、取締役食品部長角間元彰氏）では7月4日より食品部事務所を下記に移転した。

新住所

金沢市西泉5-17 〒921

カナカン株式会社 食品部

電話 (0762) 42-2661番

ファックス (0762) 42-2667番

【役員人事】

※島屋商事株式会社では6月21日、次の役員が選任されそれぞれ就任した。

取締役名誉会長	武田 清平(新任)
取締役会長(代表取締役)	西村 實(新任)
取締役社長(代表取締役)	永濱 三郎(新任)
専務取締役(九州地区統轄)	福嶋 茂泰
常務取締役(営業担当)	小倉 脩
常務取締役(東海地区統轄)	石原 弘
常務取締役(近畿地区統轄兼京都支店長)	坪井 千秋
常務取締役(管理担当)	上村 重夫
取締役(大阪支店長)	小林 勝
取締役(中国・四国地区統轄兼岡山支店長)	渡辺 敬之
取締役(システム部長兼研修部長)	加藤 雅
取締役	山本 庸一
取締役	高橋 國夫
取締役	山羽 昇
常勤監査役	吉岡 秀武(新任)

監査役 高橋 晋
 監査役 細井 延孝(新任)



【役員人事】

※エスピー食品株式会社では6月29日次の役員人事を行なった。

代表取締役	山崎 至朗
代表取締役	山崎 達光
代表取締役(マーケティング本部本部長)	山崎 勝
専務取締役	諸橋 賢三
専務取締役	黒木 昭光
常務取締役	甲斐 信人
常務取締役(財務部長)	臼田 一郎(昇格)
取締役(広報室長)	池部 景一
取締役(経理部長)	山根 正
取締役(マーケティング本部副本部長)	酒井 勲
取締役(東日本営業本部本部長)	向山 貞夫
取締役(西日本営業本部本部長)	広沢 文彦
常任監査役(常勤)	永野 勝美(新任)
監査役(常勤)	山崎 繁生(新任)
監査役(常勤)	早野 輝夫(新任)

日本パインアップル輸入協会会長に丸山益雄氏

※5月6日開催の第28回総会において20数年間会長職を勤めた中山信一氏の後任として国分株式会社取締役丸山益雄氏が就任した。

ワナー物産(株)を設立

※金印わさび株式会社(代表取締役社長小林一

元氏)では同社の販売会社として「ワナー物産株式会社」を発足させ、7月1日より同社の全製品を取扱うことになった。また「ワナー・ブランド」の商品開発も行う。

新会社概要

名称	ワナー物産株式会社	
資本金	5千万円	
事業内容	食料品の製造並びに販売	
役員	取締役会長	小林 静江
	代表取締役社長	小林 一光
	専務取締役	小林 國夫
	常務取締役	木島 勲
	取締役	棧橋 久已
	監査役	服部 寿

本社所在地

〒454 名古屋市巾川区五女子町1丁目23番地
 電話 (052) 361-3134 (代)



日本缶詰輸出組合 理事長相澤徹氏
 専務理事糸井傳之助氏

※5月31日付で理事長須原久男氏並びに専務理事石井仁一郎氏が退任し、後任として三菱商事株式会社取締役食品本部長相澤徹氏並びに事務局の糸井傳之助氏がそれぞれ選任され就任した。

なお石井仁一郎氏は相談役として引続き在任する。

【流通政策研究所主催】

問屋総合会議（セミナー）のご案内

テーマ「流通変革期を乗り切る問屋経営の活路は」

— 問屋経営者たちは今何を考え、どこに活路を求めようとしているのか —

当協会が日頃研究調査事業等で協力頂いている流通政策研究所が、このたび「流通変革期を乗り切る問屋経営の活路は」というテーマで問屋問題総合会議を下記の通り開催することになりましたので、会員各社にご案内申し上げます。

御承知のように問屋機能の見直しと新しい問屋の役割が求められている今日、新時代に生きる問屋像は何か、その経営戦略の方向はどうあるべきかを明確にすることがきわめて重要な課題となっております。そこで当総合会議においては、問屋経営の今後の方向についてチェーンストア業界の首脳などからの問屋への期待の声をもり込みながら、問屋経営者たちの生きた卸売戦略の実践報告と討論を中心に多面的な検討を2日間にわたり行います。会員各社におかれましては、ぜひご一考下さり積極的なご参加のほどお願い申し上げます。

プ ロ グ ラ ム

9月5日(月) 午前9:30～午後5:10		9月6日(火) 午前9:30～午後3:00	
問題提起 「問屋経営の課題を総括する」 流通政策研究所専務理事 宮下 正房氏		3. 問屋マーケティングと物流システム ・物流における新たな機能創造を目指して ㈱小網営業本部 笹田 隆氏	4. 問屋経営と人材 ・その資質、育成、活用 東邦薬品㈱社長 松谷 義範氏
シンポジウム1「今後の流通変革と問屋の役割」 ユニー㈱社長 西川 俊男氏 通商産業省商政課長 小川 修司氏 日経流通新聞編集長 吉田 安伸氏		5. マーチャングダイジングの新しい展開 ・付加価値創造と差別化を求めて ㈱山宝社長 宝子山嘉一氏	6. 情報革新が問屋を変える ・コンピューターを生かす経営 ㈱竹尾常務取締役 竹尾 綱氏
シンポジウム2「問屋の未来と成長性」 国分㈱副社長 國分 道夫氏 浅沼商会㈱社長 勝岡武之助氏 ㈱新大阪センシティブー理事 米田 喜一氏		7. 共同化事業のメリットを生かす問屋経営の革新 ・サービスマーチャンダイザーへの可能性をもとめて ㈱ネタツ興商社長 工藤 欣一氏	8. 中央問屋の市場戦略 中央問屋、地方問屋を結んだネットワーク ㈱菱食専務取締役 廣田 正氏
1. ボランタリーチェーンの新しい展開 ・名商チェーンの新たな試み ㈱名取屋社長 根岸 清市氏	2. 問屋が開発するコンビニエンスストアチェーン ・Kマートの軌跡とノウハウ ㈱橋高会長 橋高 康人氏		

〔 開 催 要 領 〕

日 時 昭和58年9月5日(火)
会 場 農林年金会館(〒105港区虎の門4-1-1)
受講料 1名 4万円
定 員 150人

問合せ ; 流通政策研究所
〒103東京都中央区日本橋小網町16-1
和孝13ビル
TEL 03(669) 8193 代表
担当 野沢、堀内

